

1. Stereotype

In der (sozial-)psychologischen Forschung wird zur Untersuchung von *Vorstellungsbildern*, wie sie in dieser Arbeit von Interesse sind, vornehmlich das Stereotypenkonzept verwendet. Dieses geht auf Walter Lippmann (1922) zurück, der sowohl die oft zitierte Formulierung der ›Bilder in unseren Köpfen‹ als auch den Begriff selbst prägt. Im Folgenden analysiere ich verschiedene Definitionen von Stereotypen und arbeite dabei deren zentrale Charakteristika und Merkmale heraus. Abschließend skizziere ich das *stereotype content model*, das eine neuere Entwicklung in der Stereotypenforschung repräsentiert.

1.1 Analyse von Stereotypendefinitionen

Als Ausgangspunkt für die folgende Analyse wähle ich zwei Stereotypendefinitionen, die sich insofern deutlich voneinander unterscheiden, als die eine sehr weit gefasst ist, während die andere stärkere Vorannahmen macht. Anhand des Vergleichs dieser beiden Definitionen und unter Einbezug weiterer, die sich gleichsam ›dazwischen‹ verorten lassen, arbeite ich grundlegende Merkmale heraus, anhand derer sich Stereotypenverständnisse charakterisieren lassen.

Die erste Definition stammt ursprünglich von David L. Hamilton und Tina K. Trolie (1986), wurde aber in den 1990er Jahren von Diane Mackie unter Mitwirkung von Hamilton und weiteren Kolleg*innen nochmals aufgegriffen und weiter erörtert, weshalb ich in die folgenden Analysen auch den späteren Beitrag (Mackie/Hamilton/Susskind et al. 1996) miteinbeziehe. Hamilton und Trolie verstehen unter einem Stereotyp »a cognitive structure that contains the perceiver's knowledge, beliefs, and expectancies about some human group« (Hamilton/Trolie 1986: 133). Ursula Piontkowski (2011) definiert Stereotype wiederum als »die kognitive Komponente sozialer Einstellungen gegenüber Gruppen« und weiter als »Verallgemeinerung über eine Gruppe von Personen, bei der allen Gruppenmitgliedern die identischen Merkmale zugeschrieben werden ohne Berücksichtigung von tatsächlichen Unterschieden zwischen den Mitgliedern« (Piontkowski 2011: 174).

1.1.1 Gegenstand von Stereotypen: Gruppen

Die beiden o.g. Definitionen stimmen in der Annahme überein, dass sich Stereotype auf *Gruppen* beziehen, ein Stereotyp wird also über eine – wie auch immer geartete – soziale Gruppe ausgebildet. Diese Annahme findet sich in allen für diese Arbeit herangezogenen Stereotypendefinitionen (u.a. Aronson/Akert/Wilson 2014: 476; Augoustinos/Walker 1995: 208; Pendry 2014: 111) wieder und kann somit als konstitutiv für das Stereotypenverständnis bezeichnet werden. Den Ausgangspunkt für die Herausbildung von Stereotypen bilden wiederum – und auch darüber herrscht Einigkeit – soziale Kategorisierungsprozesse (z.B. Poortinga/Girndt 1996: 196), die wie folgt ablaufen: Im Zuge der sozialen Wahrnehmung werden Individuen, die sich durch beliebige Gemeinsamkeiten auszeichnen, in Gruppen eingeteilt. Dieser kognitive Prozess dient der schnelleren Orientierung in komplexen Umwelten und bildet die Grundlage, auf der sich Stereotype herausbilden.

1.1.2 Stereotype als kognitiv basiertes Phänomen

Stereotype stellen also nicht nur das Ergebnis kognitiver Prozesse dar, sondern gelten darüber hinaus auch selbst als kognitiv basiert (z.B. Degener/Meiser/Rothermund 2018: 76; Pendry 2014: 111; Mackie/Hamilton/Susskind et al. 1996: 42; Moskowitz 2005: 440). Emotionale oder aktionale Aspekte finden sich hingegen in den einschlägigen Begriffsverständnissen nicht. Diese ausschließlich kognitive Ausrichtung des Stereotypenkonzepts wurde vereinzelt kritisiert, unter anderem mit dem Argument, Stereotype würden auch über symbolische oder ideologische Bestandteile verfügen (Augoustinos/Walker 1995: 209). Wie jedoch aktuelle Definitionen verdeutlichen, hat sich diese Kritik nicht durchsetzen können, was sich wohl mit einer Art »Arbeitsteilung« sozialpsychologischer Konzepte begründet: So gelten Emotionen als zentrales Charakteristikum von Vorurteilen und dienen als wichtiges Kriterium zur Unterscheidung von Vorurteilen und Stereotypen (vgl. z.B. Aronson/Akert/Wilson 2014: 480). Aktionale Aspekte sind wiederum im Konzept der Diskriminierung angesiedelt. Diese strenge ebenenbezogene Aufteilung (kognitiv: Stereotype, aktional: Diskriminierung, emotional: Vorurteile) wird allerdings in vertiefenden Beiträgen etwas relativiert (vgl. Zick 2016). Das Grunddilemma, nämlich, dass die überwiegend quantitativ ausgerichtete psychologische Forschung komplexe Phänomene operationalisieren und damit herunterbrechen muss, um sie für die anschließende Hypothesenprüfung »handhabbar« zu machen (Gadenne 2021: 1309), bleibt davon jedoch unberührt. Und je komplexer die Phänomene, desto schwieriger wird deren Übersetzung, worauf häufig mit »kleinteiligen« theoretischen Konzepten reagiert wird. Gleichzeitig befördert dies den Umstand, dass einschlägige Lehrbücher nach wie vor die skizzierte Ebenenteilung vornehmen (z.B. Aronson/Wilson/Sommers 2023: Kap. 13.1.1 Die kognitive Komponente: Stereotype, Kap. 13.1.2 Die affektive Komponente: Emotionen, Kap 13.1.3 Die Verhaltenskomponente: Diskriminierung).

1.1.3 Stereotypen und Einstellungen

Im Zusammenhang mit Vorurteilen aber auch Stereotypen wird immer auch das Konzept der Einstellungen verhandelt, wobei sich hier unterschiedliche Relationierungen abzeichnen. Vorurteile werden fast übereinstimmend als Bestandteil von Einstellungen erachtet (vgl. z.B. Aronson/Akert/Wilson 2014: 480), während sich bezogen auf Stereotype ein weniger einheitliches Bild ergibt: Diese werden entweder ebenfalls als Teil von Einstellungen verstanden oder aber als gesondertes Konzept.

Piontkowski (2001: 174) gehört – wie an ihrer Stereotypendefinition deutlich wird – zu den Vertreter*innen (siehe aber auch z.B. Hogg 2006: 487), die Stereotype unter Einstellungen subsumieren, wobei sie folgende – bereits beschriebene – Einteilung vornimmt: Stereotype repräsentieren die kognitive Komponente von Einstellungen, Vorurteile die emotionale und Diskriminierungen die aktionale. Mackie und Kolleg*innen hingegen entwerfen Stereotype nicht als Teil von Einstellungen, sondern nehmen folgende in der Sozialpsychologie häufige Unterscheidung vor: Einstellungen werden als sogenannte *evaluative structure* definiert, mithilfe derer soziale Gruppen durch *generalisierte Zuschreibungen bewertet* werden. Stereotype zeichneten sich hingegen durch *Zuschreibung spezifischer Eigenschaften* (s.u.) aus, enthalten also keine bewertende Komponente. Beide Konstrukte sind jedoch, wie entsprechende Untersuchungen belegen, eng miteinander verflochten (Kurdi/Mann/Charlesworth et al. 2019: 5862f.). Vor dem Hintergrund dieser unterschiedlichen Zugänge wäre eine etwas stärkere Ausleuchtung des Zusammenhangs von Stereotypen und Einstellungen sinnvoll.

1.1.4 Inhalte von Stereotypen

In den bisherigen Ausführungen wurde die Grundstruktur von Stereotypen skizziert. Im Folgenden wird der Blick auf die semantische Ausgestaltung der Stereotypendefinitionen gerichtet, beginnend mit der Frage, durch welche Inhalte sich Stereotype – gemäß den unterschiedlichen Begriffsverständnissen – auszeichnen. Piontkowskis Definition enthält an einer Stelle eine Aussage zu den Inhalten von Stereotypen, an der sie auf die »Merkmale« verweist, die den Mitgliedern einer Gruppe zugeschrieben werden. Mit Merkmalen, das veranschaulichen Piontkowskis weitere Ausführungen (Piontkowski 2011: u.a. 176) sowie viele andere Definitionen (z.B. Löschmann 2001: 152), sind primär Eigenschaften gemeint. Der Merkmalsbegriff scheint somit synonym oder vielleicht auch als Überbegriff zu Eigenschaften verwendet zu werden. In anderen Definitionen werden hingegen sowohl Eigenschaften als auch Merkmale angeführt (Moskowitz 2005: 439), was vermuten lässt, dass diese stärker als zwei separate, möglicherweise auch einander ergänzende Konzepte erachtet werden.

In der Definition von Hamilton und Trolie (1986) sowie der späteren Weiterentwicklung in Zusammenarbeit mit Mackie und Kolleg*innen (1996) werden Merkmale oder Eigenschaften nicht dezidiert als Bestandteile genannt, vielmehr werden »Wissen, Überzeugungen und Erwartungen« als Stereotypeninhalte bezeichnet. Diese Begriffstrias findet sich in einigen anderen Definitionen (z.B. Degener/Meiser/Rothermund 2018: 76; Pendry 2014: 111), während wieder andere auf einen der genannten Aspekte abheben: Charles Stangor und Mark Schaller (1996) beispielsweise nennen in ihrer De-

inition nur den *Wissensaspekt*, während Moskowitz Stereotype als *Erwartungen*¹ an eine soziale Gruppe bezeichnet (Moskowitz 2005: 439). Unabhängig von diesen Variationen scheint den drei Begriffen angesichts der Häufigkeit der Nennungen eine wichtige Bedeutung im Stereotypenverständnis zuzukommen. Deshalb nehme ich im Zuge des folgenden Einschubs kurze Begriffsbestimmungen vor. Dabei ziehe ich gängige Definitionen heran, da davon auszugehen ist, dass sich auch die Stereotypenbegriffe auf eben diese beziehen, zumal diese meist keine eigenen Definitionen liefern.

Einschub: Begriffsklärungen

Was den Wissensbegriff angeht so sei zunächst darauf hingewiesen, dass die kognitionspsychologische Forschung, die sich vornehmlich mit diesem Thema befasst, auf den Wissensbegriff meist gar nicht näher eingeht, sondern von Wissensrepräsentationen spricht (vgl. z.B. Pastötter/Oberauer/Bäumel 2018: 178). Der Grund dafür liegt vermutlich darin, dass aus kognitionspsychologischer Sicht vornehmlich der Wissenserwerb, die -abspeicherung und der spätere Abruf des Wissens interessieren, weshalb auch genau diese Aspekte in der folgenden Wissensdefinition auftauchen.

Wissen: »Gesamtheit aller Informationsbestände (Strukturen und Prozesse), die von einem informationsverarbeitenden System (Informationsverarbeitungssystem) aufgenommen und gespeichert, außerdem per Abruf und/oder systeminterner Weiterverarbeitung nutzbar sind« (Heinecke-Müller 2021: 1980).

Beim Konzept der Einstellungen bzw. Überzeugungen sei zunächst auf Unterschiede zwischen deutsch- und englischsprachigen Publikationen hingewiesen. Während Überzeugungen in deutschsprachigen Veröffentlichungen lediglich als kognitiver Teil der Einstellung bezeichnet werden (z.B. Werth/Denzler/Mayer 2020: 244), werden in englischsprachigen Beiträgen oft weitere Differenzierungen vorgenommen. Da diese einen semantischen Mehrwert mit sich bringen, greife ich hier auf englischsprachige Arbeiten zurück.

Überzeugung: Nach Shalom H. Schwartz (2012) sowie Martin Fishbein und Bertram H. Raven (1962) bildet eine Überzeugung die kognitive Komponente eines Konzepts ab, genauer die Wahrscheinlichkeitsdimension. Eine Überzeugung trifft eine Aussage darüber, wie wahrscheinlich es ist, dass Dinge in einer bestimmten Weise miteinander verbunden sind (Schwartz 2012: 16).

Erwartung: »Bei Erwartungen handelt es sich um Kognitionen, die in unseren Person-Umwelt-Interaktionen häufig vorkommen und auch Auswirkungen auf weitere psychische Prozesse haben. Sie drücken die Vorwegnahme von oder auch die Vorausschau auf künftige Ereignisse aus und implizieren oft eine Wahrscheinlichkeitseinschätzung ihres Eintretens« (Metz-Göckel 2021: 518).

Unabhängig davon, ob nun ein, zwei oder alle Aspekte der Trias *Wissen, Überzeugung und Erwartungen* Verwendung finden, scheint es sinnvoll zu beleuchten, wie sich diese zu den

1 Folgender konzeptueller Unterschied sei hier erwähnt: Während Mackie und Kolleg*innen Erwartungen als einen *Bestandteil* von Stereotypen entwerfen, bezeichnet Moskowitz Stereotype als *Erwartungen*. Für den oben gemachten Punkt erscheint dieser Unterschied allerdings irrelevant.

Merkmale verhalten, die Piontkowski als Inhalte anführt. Auf den ersten Blick handelt es sich hier doch um sehr unterschiedliche inhaltliche Konzepte. Deshalb lohnt es sich, die Erläuterungen und Überlegungen einzubeziehen, die Mackie und Kolleg*innen zu den von ihnen genannten Stereotypeninhalten anstellen. Sie wollen die Begriffe als inklusiv verstanden wissen, und zwar insofern, als sich das Wissen oder die Überzeugungen nicht nur auf generelle Eigenschaften (engl. »properties«) beziehen, sondern ebenso auf körperliche Merkmale, Verhaltensweisen, Rollen oder Präferenzen, die für eine Gruppe als typisch erachtet werden (Mackie/Hamilton/Susskind et al. 1996: 43). Während also Piontkowskis Definition eine Aussage darüber trifft, worauf sich Stereotype ganz konkret beziehen, nämlich auf die Eigenschaften, die einer Gruppe zugeschrieben werden, beschreiben Definitionen wie die von Mackie und Kolleg*innen (1996) eher die Form, in der diese konkreten Inhalte repräsentiert sind, also als Wissen, Überzeugungen oder Erwartungen. Damit setzen die Forschenden gleichsam an einer Art Meta-Ebene an, was sich – wie ihre Erläuterungen vermuten lassen – mit deren Annahme begründet, dass Stereotypeninhalte eben nicht auf Eigenschaften beschränkt sind, sondern über diese hinausgehen. Da aber eine Auflistung der verschiedenen (möglichen) Aspekte der von Mackie und Kolleg*innen propagierten Inklusivität zuwiderlaufen könnte (wird damit doch eine klar umreißbare Anzahl suggeriert), scheint es nur folgerichtig, die Art der Repräsentation dieser diversen Inhalte zu bevorzugen. Bei Mackie und Kolleg*innen wird die hier herausgearbeitete Ebenentrennung nicht explizit gemacht und auch nicht näher reflektiert. Da ich diese aber für wegweisend und für meine Arbeit als hilfreich erachte, präge ich den Begriff der *Repräsentationsform*², um damit die Art zu bezeichnen, wie die konkreten (Stereotypen-)Inhalte abgebildet sind.

Was den Vergleich der Stereotypenverständnisse angeht, lässt sich festhalten, dass diese bezogen auf mögliche Inhalte insofern variieren, als sie entweder auf einen sehr spezifischen Aspekt, nämlich die Eigenschaften einer Gruppe abheben oder aber das inhaltliche Spektrum breiter anlegen und nicht nur Eigenschaften, sondern auch Verhaltensweisen, Rollen usw. mit aufnehmen. In diesem Fall werden in der Definition selbst dann nicht die konkreten Inhalte aufgeführt, sondern die Form, in der diese repräsentiert sind, also als Wissen, Überzeugungen und/oder Erwartungen.

1.1.5 Organisation und Charakterisierung der Inhalte von Stereotypen

Während die Definition von Hamilton & Trolie (1986) bzw. Mackie und Kolleg*innen (1996) – wie oben erörtert – die *Repräsentationsform* der Stereotypeninhalte abbildet, beinhaltet sie keine Aussagen zur *Organisation* der Inhalte, anders hingegen Piontkowskis Definition: Ihr zufolge sind die Inhalte von Stereotypen in Form von Verallgemeinerungen organisiert. Dass in einem gewissen Ausmaß Generalisierungen und Vereinfachungen

2 Der Begriff der Repräsentationsform ist der Kognitionspsychologie entlehnt. Dort bezeichnet er den Umstand, dass »alle Inhalte unseres Geistes [...] im Gehirn in irgendeiner Form repräsentiert sind« (Pastötter/Oberauer/Bäumel 2018: 178). Das Phänomen, das ich beschreiben möchte, ist ähnlich strukturiert, d.h. die Inhalte sind in irgendeiner Form in den Bildern repräsentiert. Deshalb löse ich den Begriff aus dem kognitionspsychologischen Kontext heraus und übertrage ihn auf den vorliegenden Gegenstand.

chungen vorgenommen werden, ist aus psychologischer Sicht Common Sense (vgl. z.B. Heringer 2017: 200). Das könnte der Grund dafür sein, warum Hamilton und Trolier bzw. Mackie und Kolleg*innen den Aspekt der Verallgemeinerung nicht mehr eigens anführen. Wenn nun Piontkowski darauf gesondert verweist, deutet dies darauf hin, dass sie Verallgemeinerungen einen besonderen Stellenwert beimisst. Ähnlich scheint dies auch Angela Molnos (1961) zu sehen, die Stereotype sogar als Resultat »übermäßiger« (ebd.: 428) Verallgemeinerungen bezeichnet. Auch wenn sie, anders als Piontkowski das Moment der Verallgemeinerung nicht zur Charakterisierung der Stereotype heranzieht, sondern Stereotype als *Ergebnis* eines Verallgemeinerungsprozesses erachtet.

Abgesehen von der Verallgemeinerung finden sich in einigen Begriffsbestimmungen noch weitere Charakterisierungen. So bezeichnet beispielsweise Bausinger Stereotype als veränderungsresistent und unkritisch (z.B. Bausinger 2009: 17). Andere Definitionen gehen noch einen Schritt weiter und konstatieren eine mangelnde Gültigkeit bzw. Fehlerhaftigkeit von Stereotypen (z.B. Coleman 2016: 47). Molnos begründet dies damit, dass Stereotype aus Verallgemeinerungen und Vereinfachungen resultieren, weshalb sie zwangsläufig »unzutreffend« (Molnos 1961: 428) seien, auch wenn sie einen wahren Kern enthielten. In den skizzierten Charakterisierungen offenbart sich eine stark negative Sicht auf das Phänomen des Stereotyps, die sich so weder bei Mackie und Kolleg*innen noch bei Piontkowski in vergleichbarer Weise findet und vermutlich durch Unterschiede zwischen den Disziplinen begründet ist. Die bislang untersuchten Definitionen stammen aus der Psychologie, wo weitestgehend Einigkeit darüber herrscht, dass Stereotype nicht per se »negativ« sind. Damit werden allerdings negative Auswirkungen von Stereotypen bzw. Stereotypisierungen nicht ausgeblendet oder ignoriert, sie werden nur nicht in das Begriffsverständnis aufgenommen, sondern zum Gegenstand empirischer Forschung gemacht. Andere Disziplinen wie die Germanistik oder Kulturwissenschaften stellen hingegen – wie an den o.g. Beispielen deutlich wird – vor allem die negativen Aspekte von Stereotypen bzw. die negativen Auswirkungen von Stereotypisierungen in den Vordergrund, was sich dann auch in den Begriffsverständnissen oder zumindest in den darin anklingenden Konnotationen niederschlägt. Dies zeigt sich ebenso in den Annahmen zur Funktionsweise und zur Verwendung von Stereotypen, die im folgenden Teilkapitel behandelt werden.

1.1.6 Funktionsweise, Verwendung und Wirkung von Stereotypen

Piontkowskis Definition enthält auch Aussagen zur Funktionsweise von Stereotypen: Die Merkmale, die die jeweiligen Stereotype prägen, werden *allen* Mitgliedern *zugeschrieben*, ungeachtet möglicher Unterschiede zwischen den jeweiligen Gruppenmitgliedern. Dass der Verwendungsaspekt in Piontkowskis Definition anders als bei Hamilton und Trolier (1986) sowie anderen Definitionen explizit aufgenommen wird, deutet auf ein bestimmtes Forschungsinteresse hin, das primär Stereotypisierungsprozessen gilt und weniger der Frage, wie sich Stereotype ausgestalten (siehe dazu auch: Fiske/Cuddy/Glick et al. 2002: 878). Allerdings zeichnen sich auch bei den Definitionen, die die Funktionsweise von Stereotypen beschreiben, Unterschiede ab. So stellen Stereotype für Moskowitz (2005) Erwartungen darüber dar, in welchem Ausmaß Verhaltensweisen und Merkmale von der Gruppe auf das einzelne Individuum generalisiert werden können. Anders als

Piontkowski geht er also nicht von einer *automatischen* Merkmalszuschreibung auf *alle* Mitglieder aus, sondern spricht zunächst von einer Erwartung (die an sich noch keine Zuschreibung darstellt) und eröffnet mit dem Begriff des *Ausmaßes* einen stärkeren Spielraum für Variation.

In den Überlegungen zur Funktionsweise schwingen die Annahmen über die generelle Funktion von Stereotypen mit, die der Funktionsweise gleichsam zugrunde liegen. Laut Richard Ashmore und Frances Del Boca (1981: 22–31) werden in psychologischen Arbeiten insgesamt drei Funktionen angeführt: eine kognitive, eine psychodynamische und eine soziokulturelle. Gemäß der kognitiven Perspektive haben Menschen nur limitierte kognitive Ressourcen, um die auf sie einströmenden Informationen zu verarbeiten. Stereotype tragen deshalb zur Orientierung in einer komplexen Welt bei. Aus psychodynamischer Sicht erfüllen Stereotype insbesondere eine *Selbstschutzfunktion* (engl. ego protection), indem sie den Träger*innen helfen, sich von anderen Gruppen weniger bedroht und damit besser zu fühlen. Die soziokulturelle Funktion wiederum hebt darauf ab, dass sich Individuen dank bestehender Stereotype über eine Gruppe leichter in diese einfinden und sich die Interaktion mit den Mitgliedern erleichtert.

Darüber hinaus offenbaren sich aber auch hier disziplinär divergierende Herangehensweisen. Während psychologische Arbeiten theoretische Überlegungen dazu anstellen, welche Funktion Stereotype erfüllen, fokussieren die theoretischen Ausführungen anderer Disziplinen eher die Auswirkungen von Stereotypisierungsprozessen. Ein Phänomen, das aus psychologischer Sicht zum Gegenstand empirischer Untersuchungen gemacht wird und weniger zur Begriffsfundierung herangezogen wird. Am Beispiel der Ausführungen von Stuart Hall – einem namhaften Vertreter der *cultural studies* – lässt sich dies wie folgt veranschaulichen: Ihm zufolge reduzieren Stereotype Personen auf Eigenschaften, die leicht einprägsam sind und schreiben diese »ohne Wechsel oder Entwicklung für die Ewigkeit fest« (Hall 2019: 158). Stereotype würden zudem der Aufrechterhaltung von Grenzen dienen, weshalb Stereotypisierungen eine Praxis der Schließung und des Ausschlusses darstellten (ebd.: 158). Da diese theoretischen Vorannahmen zur Wirkung von Stereotypen sehr voraussetzungsvoll erscheinen und gleichzeitig Gefahr laufen, den forschenden Blick auf eben diese Phänomene zu lenken und dabei andere zu vernachlässigen, erscheint es mir sinnvoller, auf vergleichbare Vorannahmen zu verzichten.

1.1.7 Verortung von Stereotypen

Die meisten Stereotypendefinitionen enthalten Aussagen darüber, wo Stereotype verortet sind, genauer gesagt, von wem sie jeweils geteilt werden. In der Definition von Mackie und Kolleg*innen werden Stereotype als kognitive Strukturen der *jeweiligen Wahrnehmenden* verstanden, womit offengelassen wird, ob es sich bei den Wahrnehmenden um Einzelpersonen oder eine Gruppe handelt. Piontkowskis Definition, aber auch andere (z.B. Hogg 2006: 487; Degener/Meiser/Rothermund 2018: 76), betonen hingegen den sozialen Aspekt, d.h. Stereotype werden als von einer sozialen Gruppe geteilt verstanden. Mackie und Kolleg*innen bezeichnen das Ausmaß, in dem ein Stereotyp von anderen geteilt wird, als empirisch zu klärendes Phänomen (Mackie/Hamilton/Susskind et al. 1996: 42) und nehmen damit dezidiert davon Abstand, diesen Aspekt zum Gegen-

stand der Definition zu machen. Mit dieser Auseinandersetzung ist auch die Frage verbunden, ob Stereotype individuell oder sozial repräsentiert sind, eine Frage, die in den 1990er Jahren intensiv diskutiert wird (vgl. z.B. Stangor/Schaller 1996; Mackie/Hamilton/Susskind et al. 1996). In aktuellen Lehrbüchern (vgl. z.B. Werth/Denzler/Mayer 2020: 23; Aronson/Wilson/Sommers 2023) werden individuelle Stereotype allerdings nicht oder nur am Rande erwähnt, die Verständnis vom Stereotyp als sozial geteilte Struktur hat sich also offenbar durchgesetzt. Diese Fokussierung mag der Tatsache geschuldet sein, dass Stereotype in der Erforschung von Intergruppenprozessen eine zentrale Rolle spielen. Dennoch wirft dies verschiedene Fragen auf: Zum Beispiel, ob es nicht auch im Hinblick auf Intergruppenprozesse von Interesse sein könnte, inwiefern sich bei den jeweils vorhandenen Stereotypen individuelle Schattierungen und Schwerpunktsetzungen abzeichnen, worauf diese zurückzuführen sind und inwiefern sich diese dann auf die Intergruppendynamiken auswirken oder zumindest bei diesen bedeutsam werden.

1.1.8 Formen von Stereotypen

Ergänzend zu den bislang herausgearbeiteten Aspekten, die sich unmittelbar aus den Stereotypendefinitionen ableiten ließen, sei hier noch auf Klassifikationsschemata verwiesen, die nach Formen von Stereotypen differenzieren. Häufig ist dabei eine Spezifikation bzw. Konkretisierung des Stereotyps: So ist von Gender-Stereotypen (z.B. Ward/Grower 2020), kulturellen Stereotypen (z.B. Kil/Noels/Vargas Lascano et al. 2019), (inter-)ethnischen Stereotypen (Alexander/Brewer/Livingston 2005; Bar-Tal 1997) oder auch von »national stereotypes« (Bar-Tal 1997) die Rede. Diese Stereotypenformen beziehen sich also auf die Kategorie, die dem Stereotyp zugrunde liegt, oder – anders formuliert – orientieren sich an der *Art der Gruppe*, über die es existiert.

Eine weitere Einteilung ist die in Auto- oder Heterostereotype (z.B. Opitz 1980: 160). Der Begriff des *Heterostereotyps* bezeichnet die Stereotype, die eine Gruppe von einer anderen hat, während *Autostereotype* diejenigen sind, die die Gruppe bzw. deren Gruppenmitglieder von ihrer eigenen Gruppe, also quasi von sich selbst, hat bzw. haben. Diese Form der Einteilung ist damit eine *perspektivenorientierte*, mit der abgebildet wird, aus wessen Perspektive die Stereotype erhoben sind und auf wen sie sich beziehen. Um Momentaufnahmen abzubilden, mag eine perspektivenorientierte Einteilung in Auto- und Heterostereotype sinnvoll erscheinen. Wenn aber – wie in dieser Arbeit der Fall – Entwicklungen sowie multiple Differenzlinien nachgezeichnet werden sollen, dann wird dem eine binäre Einteilung in *selbst* einerseits und *fremd* andererseits nicht gerecht, da dadurch mögliche andere Unterschiede verwischt werden. Zudem läuft die Einteilung Gefahr, die Positionen festzuschreiben (vgl. Yildiz 2022: 34f.). Damit wird beispielsweise Geflüchteten die Möglichkeit verwehrt, sich selbst als Teil der Gruppe der Deutschen zu sehen.

1.2 Über den Einzug der Inhalte: Das *stereotype content model*

Wie bereits diskutiert gelten Eigenschaften als zentraler Bestandteil von Stereotypen, weshalb in psychologischen Untersuchungen häufig »klassische« Merkmale einer Grup-

pe angeführt werden, deren Gültigkeit die Teilnehmenden dann einstufen sollen (vgl. z.B. Stangor/Schaller 1996: 8). In der Auswertung interessieren dann aber weniger die konkreten Inhalte als die Frage, ob diese positiv oder negativ geprägt sind (z.B. Zick/Six 1999; Schmidt/Boland 1986). Die Aussparung der inhaltlichen Ebene begründen Fiske und Kolleg*innen (2002) damit, dass die Inhalte von Stereotypen flüchtig seien, oder wie sie es formulieren: »Stereotypes come and go with the wind of social pressures« (ebd.: 878). Hier mag allerdings mit hineinspielen, dass inhaltlichen und damit letztlich qualitativen Ausprägungen von Stereotypen nur ein geringer Anteil an der Ausgestaltung von Intergruppenprozessen – die meist im Vordergrund stehen – eingeräumt wurde, sicherlich auch unterstützt durch deren schlechtere Quantifizierbarkeit. Das zeigt sich auch an der Art, wie Stereotypeninhalte bei Forschungsarbeiten abgefragt und ausgewertet werden: deren Auswertung erfolgt meist binär mit den Kodierungen *negativ/positiv* (-1/1). Anfang der 2000er Jahre hält jedoch in der sozialpsychologischen Forschung die Einsicht Einzug, dass qualitative Merkmale über eine positiv-negativ-Wertung hinausgehend durchaus Einfluss auf Intergruppenprozesse nehmen können. Im Zuge dessen wird unter anderem das *stereotype content model* (Fiske/Cuddy/Glick et al. 2002) entwickelt, das zwei Dimensionen *Kompetenz* und *Wärme* enthält, mit denen der Inhalt von Stereotypen abgebildet werden soll, wobei sich in Stereotypen – so die Annahme – jegliche (wenn auch einander scheinbar widersprechende) Kombinationen wiederfinden könnten: So gehe beispielsweise das Stereotyp *Asiaten sind sehr kompetent* mit geringerer Wärme einher, während das Stereotyp *ältere Menschen sind wenig kompetent* gleichzeitig mit einer hohen Ausprägung an Wärme verbunden sei (Fiske/Cuddy/Glick et al. 2002: 878).

In den frühen 2020er Jahren wird das *stereotype content model* zwar seltener in empirischen Untersuchungen herangezogen, die Bedeutung, die Stereotypeninhalten für die Intergruppenwahrnehmung und -beziehungen zukommt, ist jedoch vielfach belegt (vgl. z.B. Cuddy/Fiske/Glick 2008; Kil/Noels/Vargas Lascano et al. 2019).

1.3 Zusammenfassung und Relationierung mit vorliegender Arbeit

Stereotype stellen – so die einhellige Überzeugung – kognitive Strukturen dar, in denen die Merkmale von Gruppen und deren Mitgliedern repräsentiert sind. Was nun aber die Annahmen zu Stereotypeninhalten im Einzelnen angeht, sind die Begriffsverständnisse unterschiedlich breit angelegt: So stehen solche mit einem Fokus auf Eigenschaften anderen gegenüber, die darüber hinaus auch Verhaltensweisen, Rollen, Präferenzen usw. beinhalten, die – dem Stereotyp zufolge – für eine Gruppe typisch sind. Definitionen, die ein breiteres Inhaltsverständnis propagieren und sich insofern als »inklusiv« (Mackie/Hamilton/Susskind et al. 1996: 43) verstehen, heben zudem stärker auf die verschiedenen Repräsentationsformen (Wissen, Überzeugung oder Erwartung) der jeweiligen Inhalte ab.

Darüber hinaus unterscheiden sich Stereotypenbegriffe dahingehend, ob sie Stereotype als individuell oder sozial geteilt ansehen, bzw. auf welchen Aspekt sie den Fokus legen. Angesichts einer starken Verankerung in der Intergruppenforschung wird in der Psychologie oft die soziale Komponente betont (vgl. Hogg 2006: 487), auch wenn diese – wie die Vertreter*innen selbst einräumen (ebd.) – nicht zwangsläufig einen Wider-

spruch zur Annahme individueller Repräsentation darstellt. Es schiene allerdings überlegenswert, ob es nicht gewinnbringend sein könnte, sowohl theoretisch wie empirisch nicht nur der sozialen, sondern auch der individuellen Komponente Rechnung zu tragen, um damit auch Einblicke in wechselseitige Einflussnahmen bei der Entstehung und Veränderung von Stereotypen zu bekommen. Vorliegende Arbeit versucht – wo möglich – beide Perspektiven abzubilden.

In den analysierten Begriffsverständnissen herrscht wiederum dahingehend Einigkeit, dass Stereotype über *Gruppen* bzw. *deren Mitglieder* ausgebildet werden. Diese Fokussierung ist mit der Zielrichtung meiner Untersuchung nicht unmittelbar vereinbar. Mein Forschungsinteresse zu Deutschlandbildern beschränkt sich nicht auf Vorstellungen über *Deutsche*, sondern lässt – durch die offene und allgemeine Frage nach *Deutschland* (vgl. S. 15) – Raum für die Herausarbeitung sozialer, politischer oder wie auch immer gearteter Dimensionen.

Ergänzend zu den konkreten Begriffsverständnissen sind zur Klassifikation von Stereotypen verschiedene Einteilungen in *Formen* von Stereotypen etabliert. Diese orientieren sich entweder an der Gruppe, auf die sie sich beziehen (z.B. ethnic stereotypes) oder an der Perspektive, aus der sie erfasst sind und ob sie sich auf die »eigene« oder eine »Fremdgruppe« beziehen. In Anlehnung an diese Stereotypenformen ließe sich nun postulieren, dass in vorliegender Arbeit nationale bzw. ethnische Auto- und Heterostereotype untersucht werden. Allerdings nehme ich von dieser Einteilung bewusst Abstand, und zwar aus folgenden Gründen: Auch wenn sich die Arbeit im Kontext der Flucht (mit-)verortet und somit ein stetiger Bezugspunkt ist, bildet die Unterscheidung in Geflüchtete und Nicht-Geflüchtete eine von vielen möglichen Unterscheidungen und Verortungen, die die Teilnehmenden aufmachen (können). Ich mache hier bewusst keine Vorgaben, auch wenn sich insbesondere die geflüchteten Teilnehmenden zweifelsohne als solche oder zumindest als »Neuankommende« angesprochen fühlten, weil die Akquise nicht selten über entsprechende Strukturen erfolgte (z.B. UMF-Wohngruppen, Deutschkurse für Geflüchtete). Gleichwohl scheinen auch für diejenigen, die ich über persönlichere Kontakte für die Teilnahme an der Untersuchung gewinnen konnte, die Kategorien »Ankommen in Deutschland« und »Erfahrungen im Herkunftsland« dominante Bezugskategorien darzustellen, die sich auch stark auf die Wahrnehmungen auswirken.

Vor dem Hintergrund der obigen Ausführungen lässt sich schlussfolgern, dass der »klassische« Stereotypenbegriff als theoretische Grundlage für diese Arbeit wenig geeignet ist, wohingegen breiter angelegte Verständnisse anschlussfähiger erscheinen. Dennoch bleiben auch dann Aspekte, die – zumindest auf den ersten Blick – nicht gut mit dieser Arbeit vereinbar sind und einer stärkeren Anpassung der Definition bedürften. Deshalb ziehe ich im Folgenden noch ein weiteres Konzept heran, das Bild- bzw. Imagekonzept.